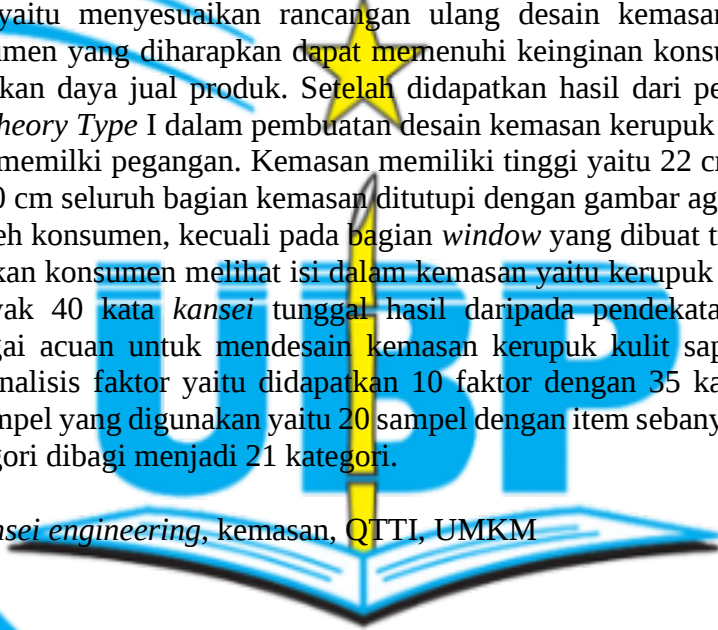


ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, Menengah dapat membantu perekonomian negara juga menciptakan lapangan kerja. Pada umumnya konsumen lebih menyukai kemasan yang terlihat bagus, rapi, tertutup, meskipun hal ini tentu saja membuat harganya menjadi lebih mahal. Dalam penelitian ini, desain kemasan ditingkatkan menggunakan pendekatan *kansei engineering*. *Kansei Engineering* menunjukkan bagaimana kebutuhan, emosi, dan ekspektasi produk konsumen diterjemahkan ke dalam solusi desain dan parameter produk. Penelitian ini berfokus untuk mencapai tujuan tertentu yaitu menyesuaikan rancangan ulang desain kemasan dengan kebutuhan konsumen yang diharapkan dapat memenuhi keinginan konsumen dan dapat meningkatkan daya jual produk. Setelah didapatkan hasil dari pengolahan *Quantification Theory Type I* dalam pembuatan desain kemasan kerupuk kulit sapi APHE kemasan memiliki pegangan. Kemasan memiliki tinggi yaitu 22 cm dengan diameter yaitu 10 cm seluruh bagian kemasan ditutupi dengan gambar agar terlihat lebih menarik oleh konsumen, kecuali pada bagian *window* yang dibuat transparan untuk memudahkan konsumen melihat isi dalam kemasan yaitu kerupuk kulit sapi tersebut. Sebanyak 40 kata *kansei* tunggal hasil daripada pendekatan makna digunakan sebagai acuan untuk mendesain kemasan kerupuk kulit sapi APHE. Hasil daripada analisis faktor yaitu didapatkan 10 faktor dengan 35 kata *kansei* berpasangan. Sampel yang digunakan yaitu 20 sampel dengan item sebanyak 5 item dan jumlah kategori dibagi menjadi 21 kategori.

Kata Kunci: *kansei engineering*, kemasan, QTTI, UMKM



KARAWANG

ABSTRACT

Micro, Small, Medium Enterprises can help the country's economy as well as create jobs. In general, consumers prefer packaging that looks nice, neat, closed, although this of course makes the price more expensive. In this study, the packaging design was improved using a kansei engineering approach. Kansei Engineering shows how consumer product needs, emotions and expectations are translated into design solutions and product parameters. This research focuses on achieving certain objectives, namely adjusting the redesign of packaging designs to meet consumer needs which are expected to fulfill consumer desires and increase product selling power. After obtaining the results from the processing of Quantification Theory Type I in making the APHE cow skin cracker packaging design, the packaging has a handle. The packaging has a height of 22 cm with a diameter of 10 cm. All parts of the package are covered with pictures to make it look more attractive to consumers, except for the part of the window which is made transparent to make it easier for consumers to see the contents of the package, namely the cow skin crackers. A total of 40 single kansei words resulting from the meaning approach are used as a reference for designing APHE cow skin cracker packaging. The result of the factor analysis was that there were ten factors with 35 kansei words in pairs. The sample used is 20 samples with five items and the number of categories was divided into 21 categories.

Keyword: kansei engineering, packaging, QTTI, UMKM



KARAWANG